

# EXTRA!-NET

*El impacto de la información online en las organizaciones*

**D**urante el curso 95-96 se creó el boletín electrónico EXTRA!-NET con la intención de informar sobre todo lo que está ocurriendo en el mundo de la información electrónica. Durante el citado curso Alfons Cornellá, profesor del Departamento de Sistemas de Información de ESADE (<http://www.esade.es>) y director de su Centro de Información Empresarial en Barcelona (<http://www-acad.esade.es>) envió 150 mensajes, a razón de tres por semana. Este boletín se envía a un gran número de profesionales de la información de España y Latinoamérica y constituye una estimulante narración de los nuevos aires y servicios que van surgiendo en relación con la edición electrónica. EXTRA!-NET cuenta ya con una lista propia de distribución y con una ventana dentro de cada ejemplar de MEI.

## Mensaje 215

*De como las manchas y el cibermarketing guardan relación*

**P**ero, a ver, sirve Internet realmente para algo? Demuéstramelo! Pongamos por caso que usted tiene un hijo de corta edad que le ha dejado su camisa (o blusa) preferida con una inmejorable mancha de regurgitado de primera calidad. Cómo puede sacarse la mancha. Nos vamos a Internet y ponemos la pregunta que se nos ocurre en ese momento: stain & removal, por ejemplo. Primer problema, pues: cuál es la pregunta que debemos plantear? Cómo traducir a palabras el problema concreto de falta de información en el que nos encontramos? Entre los cientos de posibilidades existentes, cuál es la combinación ideal de términos que me ayudara a encontrar la solución, caso de que tal solución exista? Lo hemos probado en distintos motores, y la respuesta ha sido más bien agobiante (típico ejemplo de weblog: más y más webs con soluciones para las manchas, a cual mejor, o peor, porque cómo puedes fiarte de algo que esta a miles de kilómetros de distancia, en un tema tan fundamental como el de las manchas?).

**D**e hecho, la búsqueda ha sido un juego, porque antes de hacerla ya tenía una solución, y además buena y curiosa. Podría decir que la he obtenido aplicando la lógica (aunque después veremos que no ha sido realmente así). El procedimiento lógico podría consistir en buscar en los webs de los principales fabricantes de detergentes; o, mejor, buscar webs que se correspondan con las marcas de productos normalmente conocidos. Con algo de suerte, y después de algunos intentos, uno puede probar en uno de los webs de Procter & Gamble, concretamente en el de Tide, <http://www.tide.com>. Y resulta que en este limpio y claro web (no podría ser de otra manera, teniendo en cuenta el producto que venden) hay una interesante herramienta pensada para ayudar a la gente a resolver sus problemas de manchas. Se trata del Stain Detective (bonito nombre), disponible en <http://www.tide.com/stainDet/index.html>, un servicio inteligente que, una vez especificadas las características de la mancha (origen, material de la prenda textil, etc), te aconseja qué debes hacer, de una manera escrupulosamente bien explicada.

Resulta curioso, sin embargo, que en la descripción del servicio no aparece ni una vez la palabra “removal”, por lo que este interesante web no aparece en la lista generada anteriormente en los motores de búsqueda. Un verdadero problema que se repite con frecuencia: la desconexión entre la descripción del web (lo que cree que hace quien lo crea) y la necesidad de información del usuario (lo que este necesita para resolver un problema en una situación concreta).

Podría, en efecto, haber llegado a este web aplicando la lógica: mancha - detergente - marca concreta - web de la marca acabado en com. Pero la verdad es que no he conseguido el web de esta forma. Lo he conseguido de la manera en la que he conseguido hasta ahora la mayoría de los webs que conozco: por casualidad (o mejor, por serendipidad, adaptación libre del termino ingles “serendipity”, que describe concretamente la situación de encontrarse algo sin esperarlo). La verdad es que debo el tropiezo con el web de Tide a un informe del Gartner Group sobre el crecimiento de los webs inteligentes en la Red (<http://www.gartner.com/hotc/ata0197.html>); se trata de webs que disponen de ‘reboticas’ (backoffice) inteligentes (es decir, reboticas con roboticos, qué curioso) que ayudan al cliente a decidir por un producto o solución, mediante la respuesta a un formulario en el que el cliente selecciona entre una serie de posibilidades. Resulta sorprendente lo complejo que puede ser un sistema que responda a un trivial problema de manchas, así como la cantidad de inteligencia artificial que hay detrás.

Es que, como se ha dicho en EXTRA!-NET en otras ocasiones, uno de los mejores ganchos de atracción para un web consiste en dar valor a cambio de nada. Quizás no hay mejor manera de posicionarse en la mente del cliente (actual o futuro) que ayudarle, que serle realmente de utilidad. Veíamos hace unos días la prueba con el web de recetas de Avecrem (<http://www.avecrem.com>): y es que, aunque puede que las amas de casa (clientes actuales) no dispongan ahora de acceso a Internet, no es acaso grande el número de estudiantes (clientes futuros) que hoy acceden al web, y que pueden tener necesidad de una buena receta de cocina de vez en cuando?

Y otra prueba esta en el web del fabricante de neumáticos GoodYear, en el que se puede ‘deducir’ el mejor neumático para un determinado vehículo en una determinada circunstancia (<http://www.goodyear.com/cgi-bin/carsel1.pl>).

Y si alguien se ha creído que al menos el informe del Gartner Group si que lo había encontrado como resultado de un empeño de búsqueda, siento comunicarle que lo encontré también por casualidad porque alguien me indicó que en el web de Gartner había el resumen de un estudio (el primero, creo) sobre el ahorro que representa el NC (network computer) respecto al PC (personal computer). Pero esto será para el próximo EXTRA!-NET ...

En fin, puede que algún día encontremos por casualidad la solución de algo que ignorábamos que era para nosotros un problema... Una situación, por cierto, muy típica en Internet ...



Alfons Cornella / *ESADE Barcelona*

[cornella@esade.es](mailto:cornella@esade.es)

03/03/97 10:00 h

Mensajes anteriores e instrucciones de suscripción en:

<http://www-acad.esade.es/~cornella>

